

**STUDI EMPIRIK PADA INDUSTRI RUMAH TANGGA
PENGUSAHA TEPUNG TAPIOKA DI DESA NGEMPLAK
KIDUL KECAMATAN MARGOYOSO KABUPATEN PATI**



SKRIPSI

Disusun Untuk Memenuhi Tugas dan Syarat-syarat Guna Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen Pada Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Surakarta

Disusun oleh:

BAGUS LUTFIL KHAKIM

B 100 070 230

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
2011**

HALAMAN PENGESAHAN

Yang bertanda tangan dibawah ini telah membaca skripsi dengan judul :

**STUDI EMPIRIK PADA INDUSTRI RUMAH TANGGA
PENGUSAHA TEPUNG TAPIOKA DI DESA NGEMPLAK
KIDUL KECAMATAN MARGOYOSO KABUPATEN PATI**

Yang ditulis oleh:

BAGUS LUTFIL KHAKIM
B 100 070 230

Penandatanganan berpendapat bahwa skripsi tersebut telah memenuhi syarat
untuk diterima.

Surakarta, Juli 2011

Pembimbing

(Drs. Ma`ruf, MM)

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi

Universitas Muhammadiyah Surakarta

(Dr. H. Triyono, SE., M.Si)



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
FAKULTAS EKONOMI

Jl. A. Yani Tromol Pos I Pabelan Kartasura Telp. (0271) 717417 Surakarta - 57102

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : **BAGUS LUTFIL KHAKIM**
NIRM : **B 100 070 230**
Jurusan : **MANAJEMEN**
Judul Skripsi : **STUDI EMPIRIK PADA INDUSTRI RUMAH**
: **TANGGA PENGUSAHA TEPUNG TAPIOKA DI**
: **DESA NGEMPLAK KIDUL KECAMATAN**
: **MARGOYOSO KABUPATEN PATI**
:

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang saya buat dan serahkan ini merupakan hasil karya saya sendiri, kecuali kutipan-kutipan dan ringkasan-ringkasan yang semuanya telah saya jelaskan sumbernya. Apabila dikemudian hari terbukti dan atau dapat dibuktikan bahwa skripsi ini hasil jiplakan, maka saya bersedia menerima sanksi apapun dari Fakultas Ekonomi dan atau gelar dan ijazah yang diberikan oleh Universitas Muhammadiyah Surakarta batal saya terima.

Surakarta,.....**JULI 2011**.....

Yang membuat pernyataan,

.....**BAGUS LUTFIL KHAKIM**.....

MOTTO

Sesungguhnya sesudah kesulitan akan datang kemudahan maka kerjakanlah urusanmu dengan sungguh-sungguh dan hanya kepada Allah kami berharap.

(B. S. Asy-Syarh : 6 - 8)

Apa yang sudah berlalu itulah yang terbaik, keadaan yang lalu baik ataupun jelek itulah yang terbaik karena akan menjadi landasan bagi hari esok.

(Imam Al Ghazali)

Sesungguhnya Allah tidak menilai bentuk tubuh dan parasmu, tetapi yang dinilai adalah niat, tujuan dan kemurnian yang tumbuh dari dalam lubuk hatimu.

(HR, Muslim)

PERSEMBAHAN

Karya kecil ini kupersembahkan sebagai wujud rasa. Syukur, sayang, hormat, cinta dan baktiku serta rasa tanggung jawabku selama ini terutama kepada:

- *“Allah SWT” atas seluruh rahmat dan karunia-Nya yang memberikan hidup dan memegang kematian setiap makhluk.*
- *Bapak dan Ibu tercinta dengan segala hormat dan baktiku terima kasih atas segala kasih sayang, cinta, pengorbanan, ke ikhalasan yang tiada pernah lekang oleh waktu. Rangkaian tasbih dan dzikir dalam doa malam yang tiada pernah putus. Serta segala Nasehat yang memberikan semangat untuk terus melangkah dalam menghadapi dan mengarungi kehidupan yang fana ini.*
- *Buat seseorang yang aku sayangi.*
- *Terima kasih pada teman-temenku terutama bawat krisna yang selalu minjemin motor buat bimbingan, hartoto, desi, pras, eko, jono, endri atas segala dukungannya.*
- *Saudara-saudaraku yang selalu memberikan dukungan, doa dan sebagai penyemangat saya.*
- *Almamaterku tercinta, tempat dimana mengajarku belajar, berkenalan dengan teman-teman berjuang bersama-sama mencari ilmu untuk bekal di masa depan.*

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari strategi promosi dalam meningkatkan volume penjualan tepung tapioka di desa Ngemplak kidul, kecamatan Margoyoso Kabupaten Pati. Berdasarkan hasil penelitian diharapkan para pengusaha tepung tapioka di desa Ngemplak Kidul, Kecamatan Margoyoso Kabupaten Pati dapat memberikan sumbangan pikiran dalam menerapkan strategi promosi yang baik dan tepat.

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan alat analisis regresi linier berganda dengan uji t, uji F dan koefisien determinasi. Populasi dari penelitian ini adalah semua pengusaha tepung tapioka di Desa Ngemplak Kidul Kecamatan Margoyoso Kabupaten Pati. Sedangkan sampel dalam penelitian ini adalah 50 pengusaha tepung tapioka di Desa Ngemplak Kidul Kecamatan Margoyoso Kabupaten pati dengan *purposive sampling* sebagai teknik pengambilan sampel.

Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa variabel promosi penjualan diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 2,694. Oleh karena uji t statistik (t_{hitung}) lebih besar dari nilai kritis ($2,694 > 2,013$) dengan nilai probabilitas lebih besar dari 0,05 ($0,010 < 0,05$) maka H_0 ditolak berarti menerima H_a , artinya bahwa variabel promosi penjualan berpengaruh yang signifikan terhadap volume penjualan. Variabel periklanan diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 2,280. Oleh karena uji t statistik (t_{hitung}) lebih besar dari nilai kritis ($2,280 > 2,013$) dengan probabilitas lebih kecil dari 0,05 ($0,027 < 0,05$) maka H_0 ditolak berarti menerima H_a , artinya bahwa variabel periklanan berpengaruh yang signifikan terhadap volume penjualan. Variabel personal selling diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 0,388. Oleh karena uji t statistik (t_{hitung}) lebih kecil dari nilai kritis ($0,388 < 2,013$) dengan nilai probabilitas lebih besar dari 0,05 ($0,700 > 0,05$) maka H_0 ditolak berarti menerima H_a , artinya bahwa variabel personal selling tidak berpengaruh yang signifikan terhadap volume penjualan. Berdasarkan hasil analisis uji F diperoleh nilai F_{hitung} sebesar $27,166 > 2,84$ dengan probabilitas sebesar $0,000 < 0,05$ maka H_0 ditolak berarti menerima H_a , hal ini berarti bahwa variabel periklanan, promosi penjualan dan personal selling secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap volume penjualan. Hasil perhitungan untuk nilai R^2 dengan bantuan program SPSS, dalam analisis regresi berganda diperoleh angka koefisien determinasi atau R^2 sebesar 0,639. Hal ini berarti 63,9% variasi perubahan volume penjualan dijelaskan oleh variasi perubahan faktor-faktor promosi penjualan, periklanan dan personal selling. Sementara sisanya sebesar 36,1% diterangkan oleh faktor lain yang tidak ikut terobservasi

Kata kunci: periklanan, promosi penjualan, personal selling, volume penjualan.

KATA PENGANTAR



Assalamu'alaikum Wr. Wb

Alhamdulillah, puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat, hidayah serta inayah-Nya kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“STUDI EMPIRIK PADA INDUSTRI RUMAH TANGGA PENGUSAHA TEPUNG TAPIOKA DI DESA NGEMPLAK KIDUL KECAMATAN MARGOYOSO KABUPATEN PATI”**. Skripsi ini disusun dengan maksud untuk memenuhi salah satu syarat dalam rangka menyelesaikan program pendidikan strata 1 pada Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Selama penyusunan skripsi ini telah banyak menerima bantuan dari berbagai pihak, untuk itu tidak lupa penulis ucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. H. Triyono, SE., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Surakarta.
2. Bapak Drs. Agus Muqorobin, MM., selaku ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Surakarta.
3. Bapak Drs. Ma`ruf, MM., selaku Pembimbing Skripsi yang dengan sabar dan tulus telah memberikan banyak masukan, arahan, bimbingan kepada penulis, sehingga dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini.
4. Bapak Drs. Edy Priyono, MM., selaku Pembimbing Akademik yang senantiasa memberikan bimbingannya kepada penulis, selama menempuh pendidikan di Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Surakarta.

5. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Surakarta yang telah memberi bekal ilmu pengetahuan kepada penulis selama masa studi.
6. Bapak dan ibu tercinta, terima kasih untuk semua doa, kasih sayang, materi dan perhatian yang diberikan tanpa lelah dan ikhlas.
7. Terima kasih buat saudara-saudaraku yang selalu memberikan dukungan, doa dan sebagai penyemangat saya.
8. Teman-temanku terima kasih kalian telah banyak membantu diriku.
9. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah membantu dalam menyelesaikan skripsi ini.

Penulis hanya bisa mengucapkan terima kasih, semoga amal dan kebbaikannya mendapat balasan dari Allah SWT. Kritik dan saran selalu penulis terima dengan hati terbuka. Penulis berharap semoga skripsi yang sederhana dan jauh dari kesempurnaan ini dapat memberikan manfaat bagi diri penulis maupun pihak lain yang membutuhkan.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Surakarta, Juli 2011

Penulis

BAGUS LUTFIL KHAKIM

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN	iii
HALAMAN MOTTO	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
ABSTRAKSI	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Perumusan Masalah	4
C. Pembatasan Masalah	4
D. Tujuan Penelitian	4
E. Manfaat Penelitian	5
F. Sistematika Penulisan Skripsi	5
BAB II LANDASAN TEORI	7
A. Pemasaran dan Manajemen Perusahaan	7
B. Fungsi-Fungsi Pemasaran	10
C. Marketing Mix	12
D. Promosi	14

	E. Penjualan	33
	F. Hubungan Promosi dengan Volume Penjualan	37
	G. Penelitian Sebelumnya	38
	H. Hipotesis	39
BAB III	METODOLOGI PENELITIAN	40
	A. Kerangka Pemikiran	40
	B. Teknik Populasi, Sampel dan Sampling	41
	C. Definisi Operasional Variabel	42
	D. Teknik Pengumpulan Data	44
	E. Teknik Analisis Data	46
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	47
	A. Karakteristik Responden	48
	B. Pengujian Instrumen Penelitian	49
	C. Pengujian Asumsi Klasik	52
	D. Analisa Data	56
	E. Pembahasan	60
BAB V	PENUTUP	67
	A. Kesimpulan	67
	B. Saran	69

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1.	Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	48
Tabel 4.2.	Distribusi Responden Berdasarkan Umur	49
Tabel 4.3.	Hasil Uji Validitas Variabel Promosi Penjualan	50
Tabel 4.4.	Hasil Uji Validitas Variabel Periklanan	50
Tabel 4.5.	Hasil Uji Validitas Variabel Personal Selling	51
Tabel 4.6.	Hasil Uji Reliabilitas	51
Tabel 4.7.	Hasil Pengujian Normalitas	52
Tabel 4.8.	Hasil Pengujian Multikolinearitas	53
Tabel 4.9.	Hasil Pengujian Heteroskedastisitas	54
Tabel 4.10.	Hasil Pengujian Autokorelasi	55
Tabel 4.11.	Rangkuman Hasil Regresi Linear Berganda	56
Tabel 4.12.	Rangkuman Hasil Uji t	58

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Kerangka Pemikiran	40
Gambar 3.2 Grafik Statistik Uji-F	50
Gambar 3.3 Grafik Statistik Uji-t	50